

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C. (2021, Maret 3). Perluas Penggunaan QRIS, BI Malang Targetkan Ada 238.000 *Merchant*. Retrieved from *Bisnis.com*: <https://surabaya.bisnis.com/read/20210303/532/1363041/perluas-penggunaan-qr-is-bi-malang-targetkan-ada-238000-merchant>
- Antara, & Hidayat, A. N. (2022, Februari 3). Bank Indonesia Catat Transaksi Penggunaan QRIS 2021 Naik 237 Persen. Retrieved from *tempo.co*: <https://bisnis.tempo.co/read/1556784/bank-indonesia-catat-transaksi-penggunaan-qr-is-2021-naik-237-persen>
- Asnawi, A. (2022). Sikap Dan Persepsi Mahasiswa di Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 9(1), 250-258.
- Aziz, V. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM). *E-Journal Psikologi* 4(1), 95-106.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2019, Oktober 9). Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Retrieved from Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Jawa Timur: <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/09/1658/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-ri-set-teknologi-dan-pendidikan-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur-2018-2019-.html>
- Bangkara, R., & Mimba, N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16(3), 2408-2434.
- Bank Indonesia. (n.d.). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Retrieved from *Bank Indonesia*: [https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=Quick%20Response%20Code%20Indonesian%20Standard%20\(QRIS\)%20adalah%20standarisasi%20pembayaran%20menggunakan,%2C%20cepat%2C%20dan%20terjaga%20keamanannya](https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=Quick%20Response%20Code%20Indonesian%20Standard%20(QRIS)%20adalah%20standarisasi%20pembayaran%20menggunakan,%2C%20cepat%2C%20dan%20terjaga%20keamanannya).
- Burhan, F. (2022, Januari 12). Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay. Retrieved from *katadata.co.id*: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61de64e13a3cd/riset-ovo-paling-banyak-digunakan-di-2021-kalahkan-gopay-shopeepay>
- Departemen Komunikasi. (2020, Januari 18). Gelar Netifest 2020, BI Implikasikan *Milenials* Sebagai Promoter Kebijakan QRIS. Retrieved from *bi.go.id*: <https://www.bi.go.id/id/informasi-publik/berita-ppid/Pages/Gelar-Netifest->

2020,-BI-Implikasikan-Millennials-Sebagai-Promoter-Kebijakan-QRIS.aspx

- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(4), 2606-2636.
- Dwiantika, N., & Hidayat, K. (2020, Januari 12). Era pembayaran *digital* dimulai, BI: Kompetisi ada di tangan pemain. Retrieved from [kontan.co.id: https://keuangan.kontan.co.id/news/era-pembayaran-digital-dimulai-bi-kompetisi-ada-di-tangan-pemain](https://keuangan.kontan.co.id/news/era-pembayaran-digital-dimulai-bi-kompetisi-ada-di-tangan-pemain)
- Ersaningtyas, A., & Susanti, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee. *Jurnal Bisnis Indonesia* 10(2), 185-198.
- Fachrizal, R. (2021, Maret 4). Survei: Pengguna Pembayaran Nirsentuh Meningkatkan Selama Pandemi. Retrieved from [infokomputer.grid: https://infokomputer.grid.id/read/122586337/survei-pengguna-pembayaran-nirsentuh-meningkat-selama-pandemi?page=all](https://infokomputer.grid.id/read/122586337/survei-pengguna-pembayaran-nirsentuh-meningkat-selama-pandemi?page=all)
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies* 59(4), 451-474.
- Fitrianis, H. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 1-22.
- Gumulya, D., & Helmi, I. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Trijurnal Dimensi Volume* 13 Nomor 2, 153 - 172.
- Haryani, D. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di TanjungPinang. *Jurnal Dimensi* 8(2), 198-209.
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *Business innovation and Entrepreneurship Journal* 3(1), 32-37.
- Ibnu. (2022, Januari 10). *Electronic Money: Sejarah, Electronic Money Terbaik dan Cara Kerjanya*. Retrieved from [Accurate: https://accurate.id/ekonomi-keuangan/electronic-money-adalah/](https://accurate.id/ekonomi-keuangan/electronic-money-adalah/)
- Id CloudHost. (2020, Oktober 22). *E-Money GO-PAY : Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayarannya*. Retrieved from <https://idcloudhost.com/e-money-go-pay-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>
- ID CloudHost. (2020, Oktober 22). *E-Money OVO : Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayarannya*. Retrieved from [Id CloudHost: https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/](https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/)

- Jayani, D. (2020, Juli 9). 3,82 Juta UMKM Sudah Mengadopsi QRIS. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/09/382-juta-umkm-sudah-mengadopsi-qr>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kadir, M. (2021, November 3). Pembayaran *Digital* QRIS Meningkat di Tengah Pandemi Covid-19, Tembus Angka 12 Juta *Merchant*. Retrieved from TribunnewsSutra: <https://sultra.tribunnews.com/2021/11/03/pembayaran-digital-qr-is-meningkat-di-tengah-pandemi-covid-19-tembus-angka-12-juta-merchant>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management* edisi 14. New Jersey: Pearson Education.
- Kumparan.com. (2020, April 4). [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com). Retrieved from Cerita Kedai Kopi Tertua di Indonesia: <https://kumparan.com/potongan-nostalgia/cerita-kedai-kopi-tertua-di-indonesia-1t9LwgnGvkK/full>
- Ningsih, H., Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRA-ITH Ekonomika* (4)1, 1-9.
- Nyohardi, P. (2016). Pengaruh *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* dan *Brand Attitude*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 159-184.
- Pavlou, P. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Intergrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 69-103.
- Paypal Pte, & Ltd. (n.d.). *About Us Paypal*. Retrieved from Paypal: [https://www.paypal.com/id/home?kid=p32154139722&gclid=CjwKCAjw kYGVbArEiwA4sZLuCKrqSZp5NGshNJzl6\\_Ro1TLPsKWSR7rultgcjG15bYpIVUoqQrEdhoCWqcQAvD\\_BwE&gelsrc=aw.ds](https://www.paypal.com/id/home?kid=p32154139722&gclid=CjwKCAjw kYGVbArEiwA4sZLuCKrqSZp5NGshNJzl6_Ro1TLPsKWSR7rultgcjG15bYpIVUoqQrEdhoCWqcQAvD_BwE&gelsrc=aw.ds)
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(2), 127-135.
- PT Karya Anak Bangsa. (n.d.). *Get To Know Go Pay*. Retrieved from Gojek: <https://www.gojek.com/gopay/>
- PT. Visionet International. (2017). *Ovo.id*. Retrieved from OVO: [www.ovo.id](http://www.ovo.id)
- Rakhman, K., & Nugraha, H. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biore Men di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(4), 542-550.

- Resa, N., & Andjarwati, A. (2019). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Manajemen* 7 (4), 1029-1036.
- Resnu Dwi Andika, G. F. (2019). Pengaruh *Brand Personality* dan *Brand Experience* Terhadap *Emotional Brand Attachment* Pada Merek Vespa.
- Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!". *Forum Manajemen Prasetiya Mulya* 35(2), 1-10.
- Salsabila, H., Susanto, & Hutami, L. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9(1), 87-96.
- Sampoerna University. (2022, Februari 11). Pengertian Skala *Likert*, Cara Penggunaan dan Contoh. Retrieved from Sampoerna University: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>
- Setiadi, N., & Garawiyani, B. (2003). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Shukla, Suchita, & Malhotra, C. (2019). *Digital Payments in India*. *Journal of Business and Management* 9, 28-33.
- Siregar, & Syofian. (2015). Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Askara.
- Stoner, A. (2006). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2009). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 4(1), 17-34.
- Supratiknya, A. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dalam Psikologi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Suresh, A., & Shashikala, R. (2011). *Identifying Factors of Consumer Perceived Risk Towards Online Shopping in India*. *International Conference on Information and Financial Engineering*, 336-341.
- Yusuf, A., Dewi, N., Ula, S., & Luthfi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen OVO. *Jurnal Manajemen* 11(1), 54-63.